



02

SETTEMBRE 2022

GENERAZIONI A
CONFRONTO

CITIS&IP
TALKS

COMMERCIALISTI ASSOCIATI

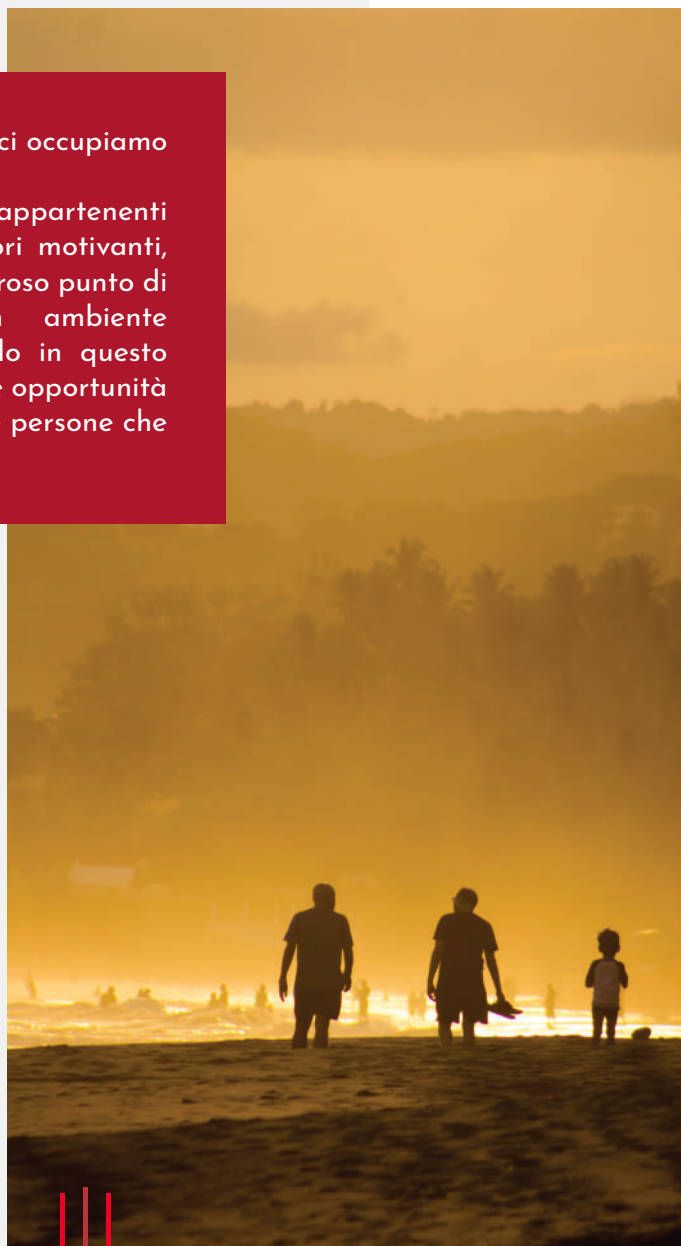


In questo nuovo numero di CT&P Talks ci occupiamo di confronto tra generazioni.

La disamina delle caratteristiche degli appartenenti alle varie generazioni e dei loro fattori motivanti, nella vita così come nel lavoro, è il doveroso punto di partenza per potere creare un ambiente professionale stimolante per tutti. Solo in questo modo uno studio sarà in grado di offrire opportunità di crescita e senso di appartenenza alle persone che ne fanno parte.

Se è vero che in ogni epoca il confronto generazionale è qualcosa di cui tenere conto, nel periodo storico in cui viviamo, caratterizzato da cambiamenti sociali di incredibile portata, tale confronto è imprescindibile e lo è nella vita di tutti i giorni così come negli ambienti lavorativi. Quando si parla di diverse generazioni, quasi istintivamente vengono alla mente termini come *millennials*, *baby boomers*, *generazione X* e *generazione Z*.

Vale la pena capire chi sono gli appartenenti a questi gruppi e quali sono le loro istanze e i loro interessi per interagire al meglio con le diverse generazioni e per creare i giusti presupposti e condizioni lavorative motivanti negli ambienti professionali. E lo facciamo in ordine cronologico inverso, partendo dai più senior per arrivare ai più giovani. Con una precisazione importante: qui stiamo cercando di tratteggiare le caratteristiche salienti e più ricorrenti per ogni tipologia considerata, ben consci del fatto che ogni regola ha le sue eccezioni e che, all'interno di uno stesso gruppo, si possono trovare persone che non rispondono necessariamente agli aspetti presi in considerazione.



Baby Boomers o più semplicemente Boomers

Così chiamati perché sono la generazione figlia del boom economico seguito al secondo conflitto mondiale. Caratterizzati da una forte etica, abituati a lunghi orari di lavoro e all'identificazione quasi totale con la propria professione, al punto da andare in crisi nel momento del pensionamento perché "si è ciò che si fa" e quando viene meno il lavoro, vengono



SONO COLORO NATI TRA IL 1946 E IL 1964

meno anche gli spazi di significato per sé. Il loro focus principale è sulla carriera e il successo personale passa per il successo professionale. Per loro sono fattori motivanti il raggiungimento di posizioni apicali e il riconoscimento economico che garantisce un certo status. Più refrattari a discorsi incentrati su benessere sul luogo di lavoro, inclusività, senso di appartenenza, spirito di gruppo, processo di delega verso i più giovani.

Generazione X

Sono i nati tra il 1965 e il 1980. Sono i figli della "controcultura" e, in quanto tali, tendenzialmente devianti rispetto alle regole e alle procedure. Soprannominati "slacker generation", ossia generazione di fannulloni, sono stati rappresentati da vere e proprie icone culturali, su tutti Kurt Cobain, e immortalati nel romanzo manifesto "Generazione X" di Douglas Coupland.

Gli appartenenti a questo gruppo sono quelli che lavorano per vivere e non il contrario, come i loro predecessori, danno più importanza al tempo per sé stessi e per questo motivo, a parità di condizioni, prestano una grandissima attenzione al cosiddetto *work/life balance*.



Spesso lavorano in modo più intelligente, e non più duro, e cercano di ritirarsi presto dalla vita lavorativa per dedicarsi alle loro passioni. Purtroppo, però, una serie di fattori concomitanti come cambiamenti sociali in atto e scarsa propensione ad una grande ambizione li sta condannando ad essere la generazione che, comparata con le altre, sta avanzando di meno sul luogo di lavoro. Questo fenomeno, già in atto prima del 2020, si è ulteriormente acuito nel corso degli ultimi due anni.

Millennials o Generazione Y

Sono i nati tra il 1981 e la metà degli anni '90, a cavallo del nuovo millennio. E dal nuovo millennio prendono appunto il nome. La caratteristica più spiccata che si riscontra in questo gruppo è quella dell'individualismo. E questo fatto orienta molte delle loro scelte e dei loro comportamenti. Sono anche coloro nati nell'epoca della rivoluzione digitale e la prima generazione che può dirsi davvero multiculturale. Per tutti questi motivi, sono sempre alla ricerca di attribuire significato a ciò che fanno e di sentirsi parte di un progetto che li veda impegnati in prima persona, non come meri esecutori. È importante per loro trovare uno scopo nella professione e se questo non arriva, lo vanno a ricercare altrove. Fattori motivanti per loro sono la flessibilità, l'ottenimento di risultati e il coinvolgimento in grandi progetti. Per contro, mal tollerano le gerarchie tradizionali e gli ambienti di lavoro ingessati e "vecchi".



Generazione Z

È il gruppo più giovane da un punto di vista anagrafico. Si tratta dei nati tra la seconda metà degli anni '90 e il 2010. Molto spesso sono i figli della generazione X. Nativi digitali, grandissimi utilizzatori di social network, soprattutto quelli di ultima generazione come Tik Tok e Instagram, sono la generazione "liquida" per antonomasia. Altre caratteristiche che li accomunano sono il sentirsi unici, etici, senza limiti, ambientalisti, con un profondo senso di appartenenza alla comunità e, al tempo stesso, molto pragmatici. Quest'ultima cosa li porta alla ricerca di soluzioni rapide senza perdersi in lunghe speculazioni.



La tabella che segue riassume le caratteristiche salienti dei vari gruppi.

	BABY BOOMERS	GENERAZIONE X	MILLENNIALS	GENERAZIONE Z
Anni di nascita	1946-1964	1965-1980	1981-1995	1996-2010
Lavoro e famiglia	Vivono per il lavoro	Lavorano per vivere	Lavorano per vivere	Lavorano in luoghi di cui condividono la cultura
Valori chiave	Successo	Tempo	Individualismo	Comunità
Caratteristiche peculiari	Capacità di fronteggiare e gestire le crisi	Equilibrio tra vita lavorativa e vita privata	Ambiziosi ma non focalizzati	Nativi digitali, grande pragmatismo
Etica del lavoro	Grandi lavoratori (<u>workaholic</u>)	Lavorare meglio, non lavorare di più	Sempre alla ricerca di un coinvolgimento attivo	Diversità, inclusione, resilienza
Rapporto con il denaro	Comprano ora, pagano dopo	Grandi risparmiatori	Guadagnano per spendere	Risparmiano e amano spendere solo nei brand in cui si riconoscono
Rapporto con il futuro	Faticano a staccarsi dal lavoro. Non prendono in considerazione il pensionamento.	Sono attratti dal mollare il lavoro per dedicarsi a sé.	Non hanno un'idea chiara a riguardo	Sono la generazione liquida. Per loro tutto può cambiare da un momento all'altro

La sfida più grande per ogni studio professionale, così come per ogni altra realtà aziendale, in termini di *retention* delle proprie risorse, è quella di armonizzare la presenza di queste diverse generazioni. La loro comprensione e la conoscenza dei fattori motivanti per ciascun gruppo è il doveroso punto di partenza per la creazione di un ambiente che sia stimolante per tutti e che sappia offrire quegli elementi di soddisfazione tali per cui ciascuno possa ritagliarsi il suo spazio in termini di crescita professionale.



Rimani in contatto con noi.
Scrivi a studio@ctep.it

LIVE
CREATE
WORK

C | T | & | P

COMMERCIALISTI ASSOCIATI

Via Felice Casati, 20 | 20124 Milano | Italy
T. +39 02 27 79 111 | F. +39 02 20 47 517

www.ctep.it